

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2012, hlm. 59) variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi suatu yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (bebas). Objek Penelitian yang menjadi *Independent Variable* atau Variable bebas yaitu atribut website (Variabel X) Yang indikator nya terdiri dari *Resevation Information, Facilities Information, Contact Information, Surrounding Area Information*. Sedangkan yang menjadi *dependent Variable* atau variabel terikat yaitu keputusan menginap (variabel Y) yang terdiri dari pemilihan produk atau jasa, pemilihan merek, pemilihan penyalur, waktu menginap, jumlah pembelian, metode pembayaran.

Unit analisis dari penelitian ini adalah tamu individu yang melakukan reservasi melalui Web site [www.amaroossahotel.com](http://www.amaroossahotel.com) sekaligus menginap di Amaroossa Hotel Bandung. Penelitian ini menggunakan metode pengembangan *cross sectional*. Menurut Uber (2009, hlm. 37) penelitian cross sectional, yaitu “penelitian yang hanya dilakukan oleh kurun waktu tertentu”. Dalam menggunakan metode ini diharapkan peneliti dapat mengungkapkan dan mengkaji seberapa besar pengaruh Web Site Dimention and Attribute terhadap keputusan menginap di Amaroossa Hotel Bandung.

#### 3.2 Metodologi Penelitian

##### 3.2.1 Jenis Penelitian Dan Metodologi yang Digunakan

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Asep Hermawan (2009, hlm. 84) menyatakan bahwa “Penelitian deskriptif dilakukan untuk menjelaskan karakteristik berbagai variabel penelitian dalam situasi tertentu”. Metode penelitian merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan Uber Silalahi (2009, hlm. 28) mendefinisikan bahwa “Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk

menggambarkan secara cermat karakteristik dari suatu gejala atau masalah yang diteliti”. Sehingga temuannya lebih dalam, lebih luas, dan lebih terperinci.

Menurut Suharsimi Arikunto (2009, hlm. 8) mengungkapkan bahwa “Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan dimana pengujian hipotesis tersebut menggambarkan perhitungan statistik”. Dalam hal ini penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut website terhadap keputusan menginap di Amaroossa Hotel Bandung. Berdasarkan jenis penelitian yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif maka penelitian ini menggunakan metode *explonatory survey*.

Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011, hlm. 33) menyatakan ”Metode survey adalah metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar atau kecil, data yang dipelajari diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distributif dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis”. Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011, hlm. 34) menyatakan ”Metode *cross sectional* adalah metode yang mengambil subyek dari berbagai tingkat umur dan karakteristik lain dari waktu yang bersamaan, bertujuan untuk memperoleh data yang lebih lengkap, cepat, sehingga dapat menggambarkan perkembangan individu selama masa pertumbuhan.

*Cross sectional* dapat bersifat *cross sectional* tunggal atau *cross sectional* majemuk. Dalam *cross sectional* tunggal hanya satu sampel responden diambil dari populasi sasaran dan informasi hanya didapatkan satu kali responden ini. Sedangkan dalam *cross sectional* majemuk ada dua atau lebih sampel responden dan informasi mengenai masing-masing sampel diambil satu kali. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Asep Hermawan (2009, hlm. 89) bahwa ”Suatu penelitian yang datanya dikumpulkan sekaligus, merupakan hasil sekali bidik (*one snapshot*) pada satu saat tertentu disebut penelitian *cross sectional*”.

### **3.2.2 Operasionalisasi Variabel**

Menurut Silalahi (2009, hlm. 201) mengungkapkan bahwa “Operasionalisasi variabel merupakan kegiatan mengurai variabel menjadi sejumlah variabel operasional atau variabel empiris (indikator, item) yang

menunjuk langsung pada hal-hal yang dapat diamati atau diukur”. Untuk lebih jelasnya maka disajikan pada tabel operasionalisasi variabel berikut:

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN**

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Ska	No. Item
Atribut Website (Rob Law And Cathy Dalam jurnal Emerald Vol.17: 499)	<i>Website Attribute is successful performance of a hotel web site, was Determined by a set of website dimensions, and each of these dimensions, in turn, comprised a number of attributes, The included dimensions were “facilities information”, “reservation information”, “contact information”, “web site management”, and “surrounding area information”. Rob Law and Cathy (2005, hlm. 496)</i>				
	<i>Reservation Informaton (X1.1)</i>	<i>Room Rates</i>	Tingkat kejelasan informasi room rates didalam website	Ordinal	III.A.1
		<i>View or cancel Reservation</i>	Tingkat kejelasan Informasi <i>Cancel Reservation</i>		III.A.2
		<i>Check in and Check out time</i>	Tingkat kejelasan informasi Waktu <i>check in and check out</i>		III.A.3
		<i>Payment option</i>	Tingkat informasi pemilihan pembayaran untuk reservasi		III.A.4
		<i>Special Request Forms</i>	Tingkat ketersediaan <i>Special Request Form</i> Dalam Reservasi		III.A.5
	<i>Facilities Information (X.1.2)</i>	<i>Hotel location Maps</i>	Tingkat kejelasan Informasi peta lokasi hotel	Ordinal	III.B.1
		<i>Guest Room Facilities</i>	Tingkat kejelasan informasi Fasilitas kamar		III.B.2
		<i>Photos of hotel Features</i>	Tingkat kemenarikan photo Fasilitas hotel yang tersedia		III.B.3
		<i>Hotel description</i>	Tingkat kejelasan informasi <i>Hotel description</i> yang Tersedia		III.B.4
		<i>Hotel promotion</i>	Tingkat kemenarikan Informasi promosi hotel		III.B.5
		<i>Restaurant</i>	Tingkat kejelasan Informasi <i>facilities Restaurant hotel</i>		III.B.6
		<i>Virtual tours</i>	Tingkat kemenarikan Informasi Fasilitas Hotel bentuk <i>Virtual tours</i>		III. B.7
		<i>Meeting facilities</i>	Tingkat kejelasan informasi <i>Fasilitas meeting</i>		III. B.8

Maulita Putriyani, 2015

**PENGARUH WEBSITE ATTRIBUTE TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI AMAROOSSA HOTEL BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	<i>Contact Information</i> (X.1.3)	<i>Telephone Number hotel</i>	Tingkat kejelasan informasi nomer telfon hotel	Ordinal	III.C.1
		<i>Adress hotel</i>	Tingkat kejelasan Informasi alamat hotel		III.C.2
		<i>E-mail address Hotel</i>	Tingkat kejelasan informasi Alamat E-mail hotel		III.C.3
		<i>Fax number</i>	Tingkat kejelasan Informasi Fax number		III.C.4
		<i>Up to date Information on The web site</i>	Tingkat Up date informasi yang tersedia di web site		III.C.5
	<i>Surrounding Area Information</i> (X.1.4)	<i>Airport</i>	Tingkat kejelasan Informasi bandara terdekat Dengan hotel	Ordinal	III.D.1
		<i>Main attraction Of the city</i>	Tingkat kejelasan informasi Atraksi wisata yang Tersedia Di kota bandung		III.D.2
Keputusan Menginap (Kotler Keller 2012: 170)	Pemilihan Produk atau Jasa	Kualitas Kamar	Tingkat kualitas kamar yang tersedia	Ordinal	IV.A.1
		Kualitas fasilitas hotel selain kamar	Tingkat Kualitas fasilitas hotel selain kamar		IV.A.2
		Kualitas pelayanan	Tingkat kualitas pelayanan yang diberikan		IV.A.3
	Pemilihan Merek	Daya tarik merek	Tingkat daya tarik merek The Amaroossa Hotel Bandung sebagai pilihan paling utama	Ordinal	IV.B.1
		Merek populer	kepopuleran nama merek e Amaroossa Hotel sebagai hot boutique ternama di kota bandung		IV.B.2
	Saluran Pembelian	Daya Tarik Reservasi melalui web site	Tingkat daya tarik melakukan reservasi hotel melalui web site	Ordinal	IV.C.1
	Penentuan Waktu Menginap	Weekday	Tingkat daya tarik menginap saat weekday	Ordinal	IV.D.1
		Weekend	Tingkat daya tarik menginap saat Weekend		IV.D.2
		Public Holiday	Tingkat daya tarik menginap saat Public Holiday		IV.D.3
		Program promosi	Tingkat daya tarik menginap		IV.D.4

			terdapat program promosi		
	Jumlah pembelian	Frekuensi Pembelian	jumlah pemesanan kamar dalam sekali reservasi	Ordinal	IV.E.1
		Frekuensi Menginap	Tingkat Frekuensi Menginap Dalam satu bulan		IV.E.2
		Lamanya Menginap	Tingkat lamanya menginap dalam satu kali reservasi		IV.E.3
	Metode Pembayaran	Kemudahan melakukan pembayaran	Tingkat kemudahan dalam melakukan pembayaran	Ordinal	IV.F.1
		Kartu kredit	Tingkat daya tarik melakukan pembayaran menggunakan kartu kredit saat melakukan reservasi		IV.F.2
		Transfer bank	Tingkat daya tarik melakukan pembayaran menggunakan bank transfer saat melakukan reservasi		IV.F.3
		Mandiri Clickpay	Tingkat daya tarik melakukan pembayaran menggunakan Mandiri Clickpay		IV.F.4
		BRI e-pay	Tingkat daya tarik melakukan pembayaran menggunakan BRI e-pay		IV.F.5

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian adalah sumber data yang diperlukan untuk sebuah penelitian. Sumber data tersebut dapat diperoleh, baik secara langsung (data primer) maupun tidak langsung (data sekunder) yang berhubungan dengan objek penelitian.

#### 1. Sumber data primer

Menurut Sanusi (2012, hlm. 103) data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti, sedangkan data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain.

Menurut M. Nazir, (2007, hlm. 50) Data sekunder adalah catatan tentang adanya suatu peristiwa, ataupun catatan-catatan yang jaraknya telah jauh dari

sumber orisinal). Sedangkan menurut David A. Aaker (2004, hlm. 761) data sekunder adalah, “ *Data collected for some purpose other than the present research purposes*”. Artinya adalah data yang telah dikumpulkan untuk beberapa tujuan selain dari tujuan penelitian saat ini. Lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan data dalam tabel 3.2 berikut:

**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

Jenis Data	Sumber
Data Sekunder	
Occupancy Amaroossa Hotel	Marketing Amaroossa Hotel 2014
Data Primer	
Tanggapan Pelanggan Mengenai seberapa penting web site attribute yang ada didalam web site amaroossa hotel	Penyebaran Kuesioner pada tamu yang melakukan reservasi melalui web site amaroossa hotel sekaligus menginap di Amaroossa Hotel
Tanggapan Pelanggan Mengenai keputusan menginap di Amaroossa Hotel	Penyebaran Kuesioner pada tamu yang melakukan reservasi melalui web site amaroossa hotel sekaligus menginap di Amaroossa Hotel

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.2.4.1 Populasi

Menurut Ulber Silalahi (2009, hlm. 253) populasi adalah jumlah total dari seluruh unit atau elemen dimana penyelidik tertarik. Seluruh unit-unit yang da\rynya sampel diambil. Berdasarkan kedua pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan mengenai populasi yaitu seluruh elemen atau individual yang memiliki karakteristik tertentu dan menarik untuk diteliti secara lebih spesifik.

Berdasarkan uraian diatas, maka yang menjadi populasi penelitian adalah tamu yang melakukan reservasi melalui [www.amaroossahotel.com](http://www.amaroossahotel.com) sekaligus menginap di amaroossa hotel pada tahun 2014 sebanyak 1.174

#### 3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari elemen populasi yang dipilih atau ditentukan untuk berpartisipasi dalam penelitian yang dilakukan (Malhotra, 2009, hlm. 370). Sedangkan menurut Silalahi (2009, hlm. 254) mengemukakan bahwa sampel adalah satu subset atau tiap bagian dari populasi berdasarkan apakah itu representatif atau tidak. Sampel merupakan bagian tertentu yang dipilih dari

populasi. maka terlebih dahulu dilakukan perhitungan jumlah populasi dan sampel dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{1.174}{1 + (1.174) (0.1)^2}$$

$$n = \frac{1.174}{12,74}$$

$$n = 92,16$$

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

e = taraf kesalahan

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden.

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Menurut Silalahi (2009, hlm. 255) teknik sampel adalah seperangkat prosedur untuk pemilihan unit-unit dari populasi yang dijadikan sebagai sampel.

Asep Hermawan (2009, hlm. 148) menjelaskan bahwa “Penarikan sampel probabilitas merupakan suatu prosedur objektif yang dalam hal ini probabilitas pemilihan diketahui terlebih dahulu untuk setiap unit atau elemen populasi”. Dalam hal ini, setiap elemen populasi memiliki peluang atau probabilitas yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

Sugiyono (2011, hlm. 62) mengelompokkan teknik sampling menjadi 2 (dua) yaitu *Probability Sampling* dan **Nonprobability Sampling**. *Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Nonprobability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampel systematic random sampling yaitu pengambilan sample melibatkan aturan populasi dalam urutan sistematika tertentu.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Silalahi (2009, hlm. 291), teknik pengumpulan data adalah cara yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data atau mendapatkan data dari fenomena empiris. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis. Kuisisioner berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden pada *E-Marketing Tools* Web Site serta keputusan menginap tamu. Kuesioner ini ditunjukkan pada tamu individu yang pernah melakukan reservasi melalui Web Site Amaroossa Hotel sekaligus menginap di Amaroossa Hotel dengan kuesioner dibagikan kepada tamu melalui email tamu yang bersangkutan. Teknik pengumpulan data dan sumber data melalui kuesioner dengan sumber data tamu yang melakukan resevrasi melalui [www.amaroossahotel.com](http://www.amaroossahotel.com) sekaligus menginap di Amaroossa Hotel.

### 3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pada suatu penelitian data adalah hal yang terpenting karena data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti juga fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Benar tidaknya data akan sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliabel*. Penelitian ini menggunakan data ordinal. Oleh karena itu, semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval* (MSI). Pengujian validitas dan realibilitas pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS 20 *for windows*.

#### 3.2.6.1 Pengujian Validitas

Menurut Suharsimi Arikunto (2009, hlm. 145) yang dimaksud dengan validitas adalah "Suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen". Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas yang rendah.



Jenis validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Korelasi antar skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas (Uma, 2008, hlm. 110) adalah sebagai berikut:

1. Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba pengukur tersebut pada sejumlah responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi *product moment*, yang rumusnya seperti berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\} \{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

(Sugiyono, 2011, hlm. 183)

Keterangan :

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- Y = Skor total
- $\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$  = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$  = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi Y
- n = Banyaknya responden

Peneliti dapat memberi interpretasi terhadap kuatnya suatu hubungan dengan melihat besarnya koefisien korelasi. Berikut ini adalah pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi:

**TABEL 3.3**  
**INTERPRETASI NILAI r**

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,700 sampai dengan 1,00	Sangat tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak Tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak Tidak Tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak Tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat Tidak Tinggi

Sumber : Suharsimi Arikunto (2009, hlm. 164)

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi (t) dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus Uji t yang digunakan sebagai berikut :

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} ; db = n-2$$

Keputusan pengujian validitas item instrument, menggunakan taraf signifikansi adalah sebagai berikut :

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai  $r_{table}$  dengan  $dk=n-2$  dan taraf signifikansi  $\alpha=0,01$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid, jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$
3. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 18 for windows diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti.

**TABEL 3.4**  
**HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

No	PERTANYAAN	Rhitung	rtabel	Sig.	Keterangan
<i>Website Attribute</i>					
<i>Reservation Information</i>					
1	Tingkat kejelasan informasi room rates didalam website	0,766	0,361	0,000	VALID
2	Tingkat kejelasan Informasi <i>Cancel Reservation</i>	0,736	0,361	0,000	VALID
3	Tingkat kejelasan informasi Waktu <i>check in and check out</i>	0,738	0,361	0,000	VALID
4	Tingkat informasi pemilihan pembayaran untuk reservasi	0,624	0,361	0,031	VALID
5	Tingkat ketersediaan <i>Special Request For</i> Dalam Reservasi	0,671	0,361	0,014	VALID
<i>Facilities Information</i>					

Maulita Putriyani, 2015

**PENGARUH WEBSITE ATTRIBUTE TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI AMAROOSA HOTEL BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1	Tingkat kejelasan Informasi peta lokasi Hotel	0,810	0,361	0,000	VALID
2	Tingkat kejelasan informasi Fasilitas Kamar	0,816	0,361	0,000	VALID
3	Tingkat kemenarikan photo Fasilitas hotel yang tersedia	0,872	0,361	0,000	VALID
4	Tingkat kejelasan informasi <i>Hotel description</i> yang Tersedia	0,829	0,361	0,000	VALID
5	Tingkat kemenarikan Informasi promosi Hotel	0,724	0,361	0,000	VALID
6	Tingkat kejelasan Informasi <i>facilities Restaurant hotel</i>	0,662	0,361	0,000	VALID
7	Tingkat kemenarikan Informasi Fasilitas Hotel bentuk <i>Virtual tours</i>	0,712	0,361	0,000	VALID
8	Tingkat kejelasan informasi <i>Fasilitas meeting</i>	0,726	0,361	0,000	VALID
<b>Contact Information</b>					
1	Tingkat kejelasan informasi <i>nomer telfon Hotel</i>	0,810	0,361	0,000	VALID
2	Tingkat kejelasan Informasi <i>alamat hotel</i>	0,783	0,361	0,000	VALID
3	Tingkat kejelasan informasi <i>Alamat E-mail hotel</i>	0,822	0,361	0,000	VALID
4	Tingkat kejelasan Informasi <i>Fax number</i>	0,612	0,361	0,000	VALID
5	Tingkat Up date informasi yang tersedia di dalam web site	0,512	0,361	0,000	VALID
<b>Surrounding Area Information</b>					
1	Tingkat kejelasan informasi <i>Atraksi wisata Yang Tersedia Di kota bandung</i>	0,673	0,361	0,000	VALID
2	Tingkat kejelasan informasi mengenai <i>Airport</i>	0,876	0,361	0,001	VALID
<b>No.</b>	<b>PERTANYAAN</b>	<b>Rhitung</b>	<b>rtabel</b>	<b>Sig.</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Keputusan Menginap</b>					
<b>Pemilihan Produk atau Jasa</b>					
1	Tingkat kualitas kamar yang tersedia	0,621	0,361	0,000	VALID
2	Tingkat Kualitas fasilitas hotel selain kamar	0,598	0,361	0,000	VALID
3	Tingkat kualitas pelayanan yang diberikan	0,586	0,361	0,001	VALID
<b>Pemilihan Merek</b>					
1	Tingkat daya tarik merek The Amaroossa Hotel Bandung sebagai pilihan paling utama	0,642	0,361	0,000	VALID

Maulita Putriyani, 2015

PENGARUH WEBSITE ATTRIBUTE TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI AMAROOSA HOTEL BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2	Tingkat kepopuleran nama merek The Amaroossa Hotel sebagai hotel boutique ternama di kota bandung	0,363	0,361	0,044	VALID
Saluran Pembelian					
1	Tingkat daya tarik melakukan reservasi hotel melalui web site	0,636	0,361	0,000	VALID
1	Tingkat daya tarik menginap saat weekday	0,643	0,361	0,000	VALID
2	Tingkat daya tarik menginap saat Weekend	0,633	0,361	0,000	VALID
3	Tingkat daya tarik menginap saat Public Holiday	0,731	0,361	0,000	VALID
4	Tingkat daya tarik menginap saat terdapat program promosi	0,766	0,361	0,001	VALID
1	jumlah pemesanan kamar dalam sekali reservasi	0,585	0,361	0,000	VALID
2	Tingkat frekuensi menginap dalam satu bulan		0,361	0,000	VALID
3	Tingkat frekuensi lamanya menginap dalam satu kali reservasi	0,657	0,361	0,000	VALID
1	Tingkat kemudahan dalam melakukan pembayaran	0,676	0,361	0,000	VALID
2	Tingkat daya tarik melakukan pembayaran menggunakan kartu kredit saat melakukan reservasi	0,570	0,361	0,001	VALID
3	Tingkat daya tarik melakukan pembayaran menggunakan bank transfer saat melakukan reservasi		0,361	0,001	VALID
4	Tingkat daya tarik melakukan pembayaran menggunakan Mandiri Clickpay	0,599	0,361	0,000	VALID
5	Tingkat daya tarik melakukan pembayaran menggunakan BRI e-pay	0,499	0,361	0,004	VALID

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2015

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas pengukuran validitas untuk variabel *WebSite Attribute* dan keputusan menginap menunjukkan bahwa item-item pernyataan tersebut valid karena nilai signifikansi lebih besar jika dibandingkan dengan taraf signifikansi yang bernilai 0,05. Sedangkan kolom nilai Rhitung dipergunakan apabila nilai tersebut dibandingkan dengan nilai rtabel sebesar 0,361.

Maulita Putriyani, 2015

**PENGARUH WEBSITE ATTRIBUTE TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI AMAROOSSA HOTEL BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

### 3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Menurut Asep Hermawan (2009, hlm. 128) “Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi, akurasi, dan prediktabilitas alat ukur”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa reliabilitas berkaitan dengan akurasi dan ketepatan suatu alat ukur untuk mengukur karena instrumennya sudah baik.

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. *Reliable* artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \left\{ \frac{k}{k-1} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right\}$$

(Husein Umar, 2008:125 dan Suharsimi, 2009, hlm. 170)

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyaknya butir pertanyaan

$\sigma_1^2$  = varians total

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varians butir tiap pertanyaan

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir, kemudian jumlahkan seperti berikut ini:

$$\sigma = \frac{\sum x^2 (\sum / ^2)}{n} / n$$

(Husein Umar, 2009:170)

$n$  = jumlah sampel

$\sigma$  = jumlah varians

$X$  = nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Koefisien *Cronbach alpha* merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika Koefisien

*Cronbach alpha* lebih besar atau sama dengan 0,70 (Hair, Anderson, Tatham & Black, Uma Sekaran)

*Cronbach alpha* adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi atau satu sama lain. *Cronbach alpha* dihitung dalam rata-rata interkorasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *Cronbach alpha* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsistensi internal.

Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 20 for window. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 20 for window sebagai berikut:

- 1) Memasukkan data variabel X dan Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data view.
- 2) Klik variabel view, lalu isi kolom *name* dengan variabel-variabel penelitian (misalnya X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *coloum*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala: ordinal).
- 3) Kembali ke data view, lalu klik *analyze* pada toolbar pilih *Reliability Analyze*
- 4) Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik Alpha, OK.
- 5) Akan dihasilkan output, apakah data tersebut valid serta reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

**TABEL 3.5**

**HASIL PENGUJIAN REALIBILITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

No.	Variabel	$C\sigma$ Hitung	$C\sigma$	Keterangan
1.	WebSite Attribute	0,847	0,700	Reliabel
2.	Keputusan Menginap	0,866	0,700	Reliabel

Sumber : Pengolahan Data 2015

Berdasarkan tabel di atas variabel yang memiliki nilai reliabilitas tertinggi adalah keputusan menginap dengan nilai  $C\sigma_{hitung}$  sebesar 0,866, sedangkan variabel *WebSite Attribute* nilai  $C\sigma_{hitung}$  sebesar 0,844.

### 3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Teknik analisis data merupakan suatu cara untuk mengukur, mengelola dan menganalisis data tersebut. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta jawaban masalah yang diajukan.

Jenis data yang terkumpul dalam penelitian ini adalah data ordinal. Dimana sejalan dengan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui pengaruh web site atribut terhadap keputusan menginap dengan bantuan statistik untuk mengolah data yang terkumpul dari sejumlah kuesioner.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner disusun oleh peneliti berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai *Web Site Atribut* yang mempengaruhi keputusan menginap di Amaroossa Hotel. Adapun yang menjadi variabel bebas atau variabel X adalah *atribut web site*. Objek yang merupakan variabel terikat atau variabel Y adalah keputusan menginap tamu. Sehingga penelitian ini akan diteliti pengaruh *atribut web site* (X) terhadap keputusan menginap (Y). Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

#### 1. Menyusun Data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden. Untuk mengetahui karakteristik responden digunakan rumus persentase sebagai berikut:

$$\% = \frac{n}{N} \times 100$$

Dimana:

n = nilai yang diperoleh

N = jumlah seluruh nilai

100 = konstanta

2. Menyeleksi data untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul.
3. Tabulasi Data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- a) Memberikan skor pada setiap item. Salah satu persyaratan dalam menggunakan skala ordinal adalah peringkat jawaban diberikan skor antara 1 sampai dengan 5. Setiap variabel yang dinilai oleh responden, diklasifikasikan ke dalam lima alternatif jawaban (*numeric scale*), dimana setiap *option* terdiri dari lima kriteria skor.
4. Menganalisis data dan menafsirkan hasil perhitungan berdasarkan angka-angka yang diperoleh dari perhitungan statistik.

#### **3.2.7.1 Rancangan Analisis Data**

Pada penelitian ini digambarkan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis kuantitatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab, sedangkan analisis kuantitatif menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Dengan menggunakan kombinasi metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komperhensif.

Menurut Sugiyono (2008, hlm. 207) analisis *deskriptif* dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa diuji signifikasinya. Melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikannya. Analisis *deskriptif* bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Analisis *deskriptif* juga dapat digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

#### **3.2.7.2 Method of Successive Interval (MSI)**

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale* yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi/penilaian. Skala ordinal ini perlu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan



*Method Successive Interval*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut:

$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})}$$

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data *variable independent* dengan *variable dependent* serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

### 3.2.7.3 Teknik Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda (*multiple linear regression*). Analisis regresi linear berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih. Adapun untuk pengolahan data dilakukan bantuan program SPSS 20 *for windows*

Sebelum mengolah data dengan menggunakan program SPSS 20 *for windows*, peneliti harus menentukan terlebih dahulu teknik analisis yang digunakan. Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda.

Analisis regresi digunakan bila penelitian bermaksud ingin mengetahui kondisi di waktu yang akan datang dengan suatu dasar keadaan sekarang atau ingin melihat kondisi waktu lalu dengan dasar keadaan dimana sifat ini merupakan prediksi atau perkiraan (Irianto, 2006, hlm. 156). Arti kata prediksi bukanlah merupakan hal yang pasti tetapi merupakan suatu keadaan yang mendekati kebenaran. Dampak dari penggunaan analisis regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan keadaan variabel independen atau untuk meningkatkan keadaan variabel dependen dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel independen dan sebaliknya (Sugiyono, 2010, hlm, 204)

Sedangkan variabel dependen adalah keputusan. Untuk bisa membuat ramalan melalui regresi, maka data setiap variabel harus tersedia. Berdasarkan data tersebut peneliti harus menemukan persamaan regresi berganda melalui perhitungan sebagai berikut:

$$Y = a + bX_{1.1} + bX_{1.2} + bX_{1.3} + bX_{1.4}$$

Keterangan:

Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

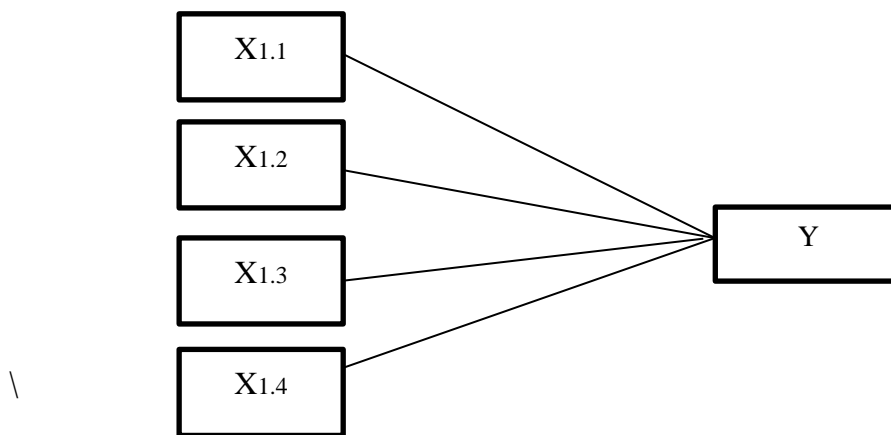
a = Harga Y bila X = 0

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

Menurut Silalahi (2009, hlm. 423), pengujian hipotesis merupakan regresi berganda bertujuan mengetahui hubungan antara satu variabel dan dua atau lebih variabel lainnya secara simultan dan sungguh dipertimbangkan. Korelasi ganda merupakan hubungan secara bersama-sama antara dua atau lebih variabel dengan variabel lain.

Analisis regresi berganda akan dilakukan apabila jumlah variabel independent minimal dua atau lebih. Menerjemahkan ke dalam hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independent yang paling dominan terhadap variabel dependent. Lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 3.1 berikut :



**GAMBAR 3.1**  
**REGRESI BERGANDA**

Keterangan:

- X1 = *Reservation Information*  
 X2 = *Facilities Information*  
 X3 = *Contact Information*  
 X4 = *Surrounding Area Information*  
 Y = Keputusan Menginap

### 1. Uji Asumsi Regresi

#### a. Uji Asumsi Normalitas

Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, sebagaimana yang diungkapkan oleh Triton (2005, hlm. 76) "Data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal". Data yang mengandung data eksrim biasanya tidak memenuhi asumsi normalitas. Jika sebaran data mengikuti sebaran normal maka populasi dari mana data diambil berdistribusi normal akan dianalisis menggunakan analisis parametik. Menurut Wahid Sulaiman (2004, hlm. 88) untuk mendeteksi normalitas digunakan *normal probability plot*. Melalui *plot* ini, masing-masing nilai pengamatan dipasangkan dengan nilai harapan dari distribusi normal apabila sebaran data terletak disekitar garis lurus yang melalui titik nol dan tidak mempunyai bola.

#### b. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Residu pada

heteroskedastisitas semakin besar apabila pengamatan semakin besar. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi Heteroskedastisitas apabila penyebaran terhadap harga-harga prediksi tidak membentuk suatu pola tertentu (meningkat atau menurun).

c. Uji Asumsi Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah situasi adanya korelasi yang kuat antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lainnya dalam analisis regresi. Apabila dalam analisis terdeteksi multikolinearitas maka angka estimasi koefisien regresi yang didapatkan mempunyai nilai yang tidak sesuai dengan substansi, sehingga dapat menyesatkan interpretasi. Selain itu juga nilai standar error setiap koefisien regresi dapat menjadi tidak terhingga.

## 2. Analisis Korelasi (R)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independent ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ) terhadap variabel dependent (Y) secara serentak. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel independent ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ) secara serentak terhadap variabel dependent (Y). Silalahi mengungkapkan (2009, hlm. 375)

”jika koefisien korelasi sama dengan atau mendekati +1, ini mengindikasikan satu korelasi positif atau searah (*direct*) sempurna (*perfect positive correlation*) yang didalamnya perubahan skor tinggi dalam satu variabel disertai oleh perubahan ekuivalen dalam arah yang sama (*same direction*) dalam variabel lain, tanpa kecuali”.

Nilai R berkisar antara 0 sampai 1. Nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

**TABEL 3.6**  
**KOEFISIEN KORELASI**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
Antara 0,800 sampai dengan 1,000	Sangat Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Cukup Tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,199 sampai dengan 0,000	Sangat Rendah

Sumber : Suharsimi Arikunto (2009, hlm. 165)

Maulita Putriyani, 2015

**PENGARUH WEBSITE ATTRIBUTE TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI AMAROOSA HOTEL BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

### 3. Analisis Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independent ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ) secara serentak terhadap variabel dependent ( $Y$ ). Silalahi (2009, hlm. 376) mengungkapkan koefisien ini dimaksud untuk mengetahui seberapa besar persentase variasi perubahan dalam satu variabel (dependent) ditentukan oleh perubahan dalam variabel lain (independent).  $R^2 = 0$ , maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independent terhadap variabel dependent, atau variasi variabel independent yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependent.

#### 3.2.8 Pengujian Hipotesis

Langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel bebas dan variabel terikat yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah :

##### A. Secara Simultan

1.  $H_0 : b_i = 0$  artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *web site attribute* yang terdiri dari *Reservation Information*, *Facilities Information*, *Contact Information*, *Surrounding Area Information*. terhadap keputusan menginap di Amaroossa Hotel Bandung.
2.  $H_1 : b_i \neq 0$  artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *web site attribute* yang terdiri dari *Reservation Information*, *Facilities Information*, *Contact Information*, *Surrounding Area Information*. terhadap keputusan menginap di Amaroossa Hotel Bandung.
3. Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji  $f$  dihitung dengan rumus:

$$f = \frac{R^2 (N - M - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Keterangan

$R$  = Koefisien korelasi ganda

$m$  = Jumlah prediktor

$n$  = Jumlah anggota sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

Jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

## B. Secara Parsial

1.  $H_0 : b_1 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *Reservation Information* terhadap keputusan menginap

$H_1 : b_1 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan *Reservation Information* terhadap keputusan menginap

2.  $H_0 : b_2 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *Facilities Information* terhadap keputusan menginap

$H_1 : b_2 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan *Facilities Information* terhadap keputusan menginap

3.  $H_0 : b_3 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *Contact Information* terhadap keputusan menginap

$H_1 : b_3 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan *Contact Information* terhadap keputusan menginap

4.  $H_0 : b_4 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *Surrounding Area Information* terhadap keputusan menginap

$H_1 : b_4 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan *Surrounding Area Information* terhadap keputusan menginap

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji t dihitung dengan rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = Distribusi normal

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya Data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

Tolak  $H_0$  jika  $t_{hitung} \geq t$  (mendekati 100%) (n-k-1)

Terima  $H_0$  jika  $t_{hitung} < t$  (mendekati 100%) (n-k-1)